

AKADEMIA HANDLOWCA 360°

Poziom 1: Profesjonalny Handlowiec – Fundament skutecznej sprzedaży – 2 dni

Szanowni Państwo,

Skuteczna sprzedaż jest efektem świadomie prowadzonego procesu, umiejętności budowania relacji oraz właściwego rozpoznawania potrzeb Klienta.

Z naszych doświadczeń wynika, że Handlowcy najczęściej tracą szanse sprzedażowe nie z powodu słabej znajomości produktu, lecz dlatego, że zbyt szybko prezentują ofertę, konkurują ceną zamiast wartością i nie prowadzą rozmowy według uporządkowanego modelu.

Poziom I Akademii Handlowca 360° stanowi fundament profesjonalnej sprzedaży. Program rozwija umiejętności prowadzenia rozmowy handlowej – od pierwszego kontaktu z Klientem, poprzez diagnozę potrzeb i budowanie wartości oferty, aż do skutecznej finalizacji sprzedaży.

Warsztat ma charakter praktyczny. Uczestnicy pracują na własnych przykładach, ćwiczą z wykorzystaniem kamery i poznają narzędzia, które mogą wdrożyć do codziennej pracy już następnego dnia.

W oparciu o nasze doświadczenia identyfikujemy 5 najczęściej występujących wyzwań:

1. Handlowcy koncentrują się na prezentacji produktu zamiast na zrozumieniu potrzeb Klienta.
2. Rozmowy sprzedażowe prowadzone są intuicyjnie, bez uporządkowanego procesu działania.
3. Argumentacja opiera się na cechach produktu zamiast na wartości dla Klienta.
4. Obniżanie ceny staje się podstawowym sposobem zdobywania zamówień.
5. Potencjał sprzedażowy wielu spotkań nie jest wykorzystywany z powodu zbyt słabego przygotowania i niewłaściwej finalizacji rozmowy.

Czego najczęściej brakuje Handlowcom?

- ✦ Świadomego prowadzenia procesu sprzedaży od pierwszego kontaktu do finalizacji.
- ✦ Umiejętności budowania zaufania i profesjonalnych relacji z Klientem.
- ✦ Skutecznego diagnozowania rzeczywistych potrzeb i motywacji zakupowych.
- ✦ Dopasowania sposobu prezentacji oferty do oczekiwań rozmówcy.
- ✦ Standardów prowadzenia rozmowy handlowej zwiększających skuteczność sprzedaży

Dlatego proponujemy program, którego celem nie jest przekazanie katalogu technik sprzedaży. Program został zaprojektowany tak, aby uczestnicy przepracowali fundament profesjonalnej sprzedaży – świadome prowadzenie rozmowy handlowej, budowanie relacji z Klientem oraz skuteczne rozpoznawanie potrzeb jako podstawę dalszych etapów procesu sprzedaży.

Warsztat koncentruje się na rozwijaniu praktycznych umiejętności prowadzenia rozmowy sprzedażowej, wykorzystaniu psychologii decyzji zakupowych, budowaniu wartości oferty oraz ćwiczeniu rzeczywistych sytuacji handlowych z wykorzystaniem informacji zwrotnej i analizy zachowań uczestników.

Dla kogo?

- ✦ Handlowcy B2B i B2C.
- ✦ Doradcy Klienta.
- ✦ Przedstawiciele Handlowi.
- ✦ Opiekunowie Kluczowych Klientów rozpoczynający rozwój kompetencji sprzedażowych.
- ✦ Specjaliści odpowiedzialni za rozwój sprzedaży.
- ✦ Osoby rozpoczynające pracę w sprzedaży oraz Handlowcy z krótkim i średnim stażem.

Rezultaty szkolenia:

Po zakończeniu programu uczestnicy:

- ✦ Świadomie prowadzą proces sprzedaży od pierwszego kontaktu do finalizacji,
- ✦ Budują profesjonalne relacje zwiększające zaufanie klienta,
- ✦ Rozpoznają potrzeby, motywacje oraz sposób podejmowania decyzji zakupowych,
- ✦ Prowadzą rozmowy sprzedażowe z wykorzystaniem uporządkowanego modelu działania,
- ✦ Prezentują ofertę w oparciu o wartość dla klienta, a nie wyłącznie o cechy produktu,
- ✦ Opracowują indywidualny plan rozwoju własnych kompetencji sprzedażowych.

Metody realizacji:

- ✦ Ćwiczenia indywidualne.
- ✦ Ćwiczenia zespołowe.
- ✦ Symulacje rozmów sprzedażowych.
- ✦ Case study.
- ✦ Interaktywny wykład.
- ✦ Testy i autodiagnozy z omówieniem.
- ✦ Scenki sprzedażowe z kamerą (opcjonalnie).
- ✦ Analiza rzeczywistych sytuacji uczestników

Program warsztatu

Moduł 1. Profesjonalny Handlowiec – Fundament skutecznej sprzedaży

- ✦ **Cel modułu:** Zbudowanie świadomego modelu prowadzenia procesu sprzedaży oraz profesjonalnej postawy handlowca.
- ✦ Rola współczesnego handlowca.
- ✦ Proces sprzedaży GM.
- ✦ Model **AOR Maderthanera**.
- ✦ Przygotowanie do rozmowy handlowej.
- ✦ Pierwsze 30 sekund spotkania.
- ✦ Najczęstsze błędy handlowców, czyli dekalog „jak nie robić?”
- ✦ **Modele i techniki**
 - AOR Maderthanera.
 - Model Procesu Sprzedaży GM.
 - Checklista przygotowania do spotkania.
 - Technika pierwszego wrażenia.
- ✦ **Ćwiczenie: „Pierwsze 3 minuty”.** Uczestnicy prowadzą rozpoczęcie rozmowy z nowym klientem. Analiza według modelu AOR.
- ✦ **Warsztat praktyczny:**
 - Analiza rzeczywistych rozmów uczestników.
 - Informacja zwrotna.
 - Powtórzenie rozmowy.
- ✦ **Narzędzie wdrożeniowe:** Model Procesu Sprzedaży GM

Moduł 2. Psychologia decyzji zakupowych i diagnoza potrzeb

- ✦ **Cel modułu: Nauczyć odkrywania rzeczywistych potrzeb i motywacji zakupowych.**
- ✦ Psychologia decyzji zakupowych.
- ✦ Potrzeby jawne i ukryte.
- ✦ Zadawanie pytań.
- ✦ Rozpoznawanie motywacji klienta.
- ✦ **Modele i techniki:**
 - Lejek pytań.
 - SPIN (wybrane elementy).
 - Parafraza.
 - Pytania pogłębiające.
- ✦ **Ćwiczenie GM: „Dlaczego klient naprawdę kupuje?”.** Analiza rzeczywistych przypadków uczestników.
- ✦ **Warsztat praktyczny:**
 - Budowanie sekwencji pytań.
 - Scenki diagnostyczne.
 - Kamera. - *opcja*
 - Feedback.
- ✦ **Narzędzie wdrożeniowe: Arkusz Diagnozy Potrzeb Klienta**

Moduł 3. Budowanie wartości i prezentacja oferty

- ✦ **Cel modułu: Nauczyć sprzedaży wartości zamiast ceny.**
- ✦ Cecha – zaleta – korzyść.
- ✦ Budowanie wartości.
- ✦ Argumentacja.
- ✦ Obrona ceny.
- ✦ Dopasowanie argumentów do potrzeb.
- ✦ Prezentacja oferty.
- ✦ **Modele i techniki:**
 - PCK.
 - FAB.
 - CAB.
 - Lejek argumentacyjny.
 - Język korzyści.
 - Storytelling.
 - Dowód społeczny.
- ✦ **Ćwiczenie GM: „Sprzedaj wartość, nie produkt”.** Przygotowanie i prezentacja własnej oferty z wykorzystaniem poznanych technik.
- ✦ **Warsztat praktyczny:**
 - Kamera - *opcja*
 - Informacja zwrotna.
 - Analiza argumentacji.
 - Korekta prezentacji.
 - Powtórzenie wystąpienia.
- ✦ **Narzędzie wdrożeniowe: Model Budowania Wartości Oferty**

Moduł 4. Praca z obiekcjami i finalizacja sprzedaży

- ✦ **Cel modułu:** Rozwijanie umiejętności prowadzenia klienta do decyzji zakupowej.
- ✦ Przyczyny obiekcji.
- ✦ Rodzaje obiekcji.
- ✦ Obrona ceny.
- ✦ Rozpoznawanie sygnałów zakupowych.
- ✦ Finalizacja sprzedaży.
- ✦ **Modele i techniki:**
 - Technika uprzedzania obiekcji.
 - Technika odwracania obiekcji.
 - Bilans zysków.
 - Finalizacja alternatywą.
 - Finalizacja podsumowaniem.
 - Finalizacja domniemaniem.
 - Finalizacja wyborem.
 - Rozbicie cenowe.
- ✦ **Ćwiczenie GM: „Moment Prawdy”.** Symulacje rozmów z klientami zgłaszającymi najczęstsze obiekcje.
- ✦ **Warsztat praktyczny:**
 - Kamera - opcja
 - Analiza reakcji.
 - Powtórzenie rozmowy.
 - Feedback.
- ✦ **Narzędzie wdrożeniowe:** Standard Finalizacji Sprzedaży

Moduł 5. Profesjonalna rozmowa handlowa 360°

- ✦ **Cel modułu:** Połączenie wszystkich poznanych kompetencji w jednym procesie sprzedaży.
- ✦ Przygotowanie.
- ✦ Otwarcie.
- ✦ Diagnoza.
- ✦ Budowanie wartości.
- ✦ Obiekcje.
- ✦ Finalizacja.
- ✦ **Modele i techniki:** Wszystkie poznane podczas szkolenia.
- ✦ **Ćwiczenie GM: „Rozmowa Handlowa 360°”.** Kompletna rozmowa sprzedażowa na rzeczywistych produktach uczestników.
- ✦ **Warsztat praktyczny:**
 - Kamera.
 - Arkusz obserwacji.
 - Feedback.
 - Ponowna realizacja rozmowy.
- ✦ **Narzędzie wdrożeniowe:** Arkusz Oceny Rozmowy Handlowej GM

Moduł 6. Trudny Klient – profesjonalna komunikacja w wymagających sytuacjach

- ✦ **Cel modułu:** Rozwijanie umiejętności zachowania skuteczności sprzedażowej w sytuacjach konfliktowych i pod presją emocji.
- ✦ Dlaczego Klienci stają się trudni?
- ✦ Emocje w procesie sprzedaży.
- ✦ Najczęstsze błędy Handlowców podczas konfliktu.
- ✦ Budowanie zaufania w sytuacjach kryzysowych.
- ✦ Zachowanie kontroli nad rozmową.
- ✦ Odbudowanie relacji po trudnej sytuacji.
- ✦ **Modele i techniki:**
 - Model komunikacji asertywnej.
 - Technika parafrazy emocji.
 - Technika uspokojenia rozmowy.
 - Technika przejęcia inicjatywy.
 - Model odzyskiwania zaufania Klienta.
- ✦ **Ćwiczenie GM: „Klient, którego nikt nie chciał obsłużyć”.** Uczestnicy prowadzą rozmowę z Klientem zgłaszającym silne emocje, niezadowolenie lub pretensje. Celem jest odzyskanie kontroli nad rozmową oraz utrzymanie relacji biznesowej.
- ✦ **Warsztat praktyczny:**
 - Scenki na rzeczywistych przypadkach uczestników.
 - Kamera – opcja.
 - Feedback.
 - Analiza komunikacji.
- ✦ **Narzędzie wdrożeniowe:** Model prowadzenia trudnej rozmowy z Klientem.

Moduł 7. Indywidualny plan wdrożenia

- ✦ **Cel modułu:** Przeniesienie zdobytych kompetencji do codziennej pracy.
- ✦ Podsumowanie.
- ✦ Indywidualne cele.
- ✦ Najważniejsze wnioski.
- ✦ Plan 30 dni.
- ✦ Plan rozwoju.
- ✦ **Ćwiczenie: „Mój pierwszy miesiąc po szkoleniu”.** Każdy uczestnik opracowuje własny plan wdrożenia.
- ✦ **Warsztat praktyczny:**
 - Konsultacja z trenerem.
 - Wymiana doświadczeń.
 - Plan działań.
- ✦ **Narzędzie wdrożeniowe:** Plan Wdrożenia 30 dni.

Sprawy Organizacyjne

- ✦ **Miejsce szkolenia:** wskazane przez Zleceniodawcę
- ✦ **Materiały dla Uczestników:** każdy otrzymuje kpl informacji w postaci skryptu w formie elektronicznej z możliwością powielania. Dodatkowo wszystkie ćwiczenia, matryce, algorytmy, karty etc są przekazywane Uczestnikom w ramach odbytego warsztatu.

Zleceniodawca inwestuje w:

- ✦ Udostępnienie w rzutnik i flipchart sali szkoleniowej
- ✦ Ewentualny catering dla Uczestników i trenera
- ✦ Wynagrodzenie firmy Grupa Managerska
- ✦ Nocleg dla trenera

Grupa Managerska inwestuje w:

- ✦ Wynagrodzenia dla Trenera
- ✦ Przeprowadzenie analizy potrzeb Grupy Docelowej i na tej podstawie zbudowanie doprecyzowanego programu i wsadów merytorycznych
- ✦ Dojazd Trenera na miejsce szkolenia
- ✦ Zestaw materiałów dla Uczestników (notesy, długopisy, dyplomy imienne)
- ✦ Złożenie raportu podsumowującego szkolenie